

# Das Corporate Design der TU Darmstadt



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT



# Programm



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

- **Vorstellung Ulrike Albrecht und Silke Paradowski**
- **Die Stabsstelle Kommunikation und Medien**
- **Ulrike Albrecht an der TU Darmstadt**
- **Das Corporate Design der TU Darmstadt**
  - Begriffsklärung und Markenbewusstsein
  - Gestaltung von Drucksachen mit Schriften und Farben
- **Arbeitsgruppen: Drucksachen**
  - Corporate Design-Aspekte in der Praxis
  - Feedback-Runde
- **Planung/Umsetzung einer Publikation**
  - Arbeitsschritte

# Ulrike Albrecht ...



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

- **Diplom-Designerin (FH)**

1968 geboren und aufgewachsen in der Nähe von Stuttgart, Schriftsetzerin in Heidelberg, in Darmstadt Studium, Arbeit, Familienleben

- **Berufserfahrung**

15 Jahre in Grafik Design-Büros, Agenturen, Verlagen in Darmstadt, Frankfurt, München, Aschaffenburg

- **Arbeitsfelder**

Corporate Design, Konzeption und Entwurf von Print-Medien / ebenso WEB-Design für Human Resources/Personal, Musik-Events, Bio-Branche, Entwicklungshilfe, Ministerien

Anzeigen/Personalkonzepte für Merck, Commerzbank, Braun/Gillette etc.

Anzeigen, Programmhefte, Großflächenplakate für Rock am Ring, We Will Rock You, Carmen etc.

WEB-Design, Zeitschriften-/Heftgestaltung, Veranstaltungen für Bio-Branche, GIZ, BMZ etc.

- **Hochschul-Erfahrung**

h\_da, Senckenberg-Forschungs-Institut, BTU Cottbus

# ... an der TU Darmstadt



- **Publikationen – Planung, Konzeption, Gestaltung**
  - Entwurf von regelmässig erscheinenden Publikationen, z.Bsp. „hoch3FORSCHEN“, Powerpoint-Präsentation der TU, Internationalisierungsstrategie, ...
  - Anzeigen, Flyer, Plakate (Veranstaltungen), Flaggen, Banner, ...
  - Werbemittel, Vitrienen TU-Shop, ...
- **Corporate Design – Weiterentwicklung**  
„Wartung“ der Vorlagen, Klärung bei Problemen mit Vorlagen, Entwicklung neuer Vorlagen
- **Nutzung des TU-Logos**  
Rechtliche Fragen
- **Beratung**  
Fachbereiche, Verwaltung, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der TU Darmstadt, Studierende/Promovierende, Agenturen/Design-Büros

# Das Corporate Design der TU Darmstadt



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

Das **Corporate Design** wurde 2007 vom Senat der TU Darmstadt als **verbindlich geltende Grundregel** für den öffentlichen, visuellen Auftritt **der TU Darmstadt** verabschiedet. Durch die einheitliche Nutzung wird ein starkes, einprägsames Bild geschaffen.

- **Begriffsklärung:** Corporate Design
- **Marken** – Bewusstsein
- **Logos:** TU-Logo und Fachbereichs-Logos
- **Gestaltung mit ...**
- **TU-Schriften** und Umgang mit Typografie
- **TU-Farben und Bilder** – Nutzung und Anpassung

# Definition Corporate Design der TU Darmstadt

## **Definition: Corporate Design**

- Teilbereich der Unternehmens-Identität / Corporate Identity
- beinhaltet das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation.

## **Dazu gehören:**

- Gestaltung der Kommunikationsmittel  
(Wortzeichen = Firmenschriftzug; Bildzeichen = Firmensignet; Wort-Bild-Zeichen = kombiniertes Firmensignet)
- Gestaltung der Geschäftspapiere, Werbemittel, Verpackungen, Internetauftritt und Produktgestaltung.

**Ein geeignetes Zeichensystem, das eingesetzt werden kann, um ein einheitliches und positives Bild des Unternehmens in der Öffentlichkeit sowie eine große Bekanntheit desselben zu erreichen: Wiedererkennungswert, Markenbekanntheit.**

(Quelle: Wikipedia: [http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate\\_Design](http://de.wikipedia.org/wiki/Corporate_Design))

# Marken-Bewusstsein



Hochschule **RheinMain**  
University of Applied Sciences  
Wiesbaden Rüsselsheim



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT



JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ



**h\_da**  
HOCHSCHULE DARMSTADT  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



UNIVERSITÄT  
HEIDELBERG  
ZUKUNFT  
SEIT 1386

# Marken-Bewusstsein

- Unter vielen erkennbar sein; Wiedererkennbarkeit steigern und nutzen
- Funktionsfähige, überprüfte Gestaltungsrichtlinien
- klare, reduzierte Anwendung – von klein bis groß...



# Grundlage: Corporate Design-Handbuch

- Logos: TU-Logo und Fachbereichs-Logos
- Gestaltung mit ...
- TU-Schriften und Umgang mit Typografie
- TU-Farben – Nutzung und Anpassung
- Umgang mit **Bildern**



# Typografie / Schriften

## Charter

- Lesetext-Schrift mit Serifen („Füßchen“)
- für umfangreichere Textmengen geeignet

## FrontPage

- serifenlose Headline-Schrift
- für Hervorhebungen, Überschriften, Titelzeilen geeignet (besonders FrontPage Medium)

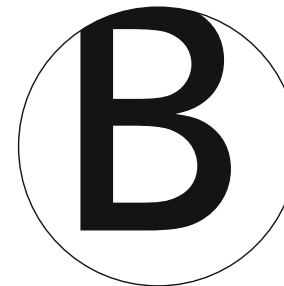
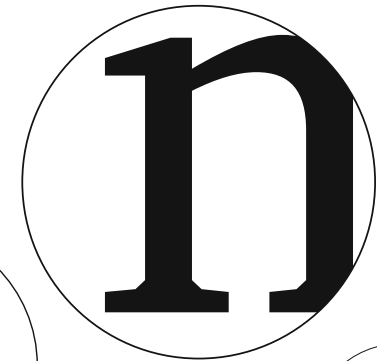
## Stafford:

- serifenbetonte Auszeichnungs-Schrift
- geeignet für kurze Ergänzungstexte, Absender, ISBN-Nummer, etc.

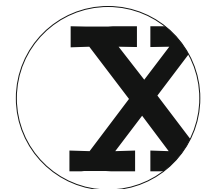
## Tahoma, Verdana

- für Monitor- und Beamerpräsentation

Charter



FrontPage



Stafford



Charter/kursiv



FrontPage/kursiv

# Layout

## **Satzspiegel und Typografie – grundsätzlich:**

- ordentlicher Umschlag /Titel
- unter Beachtung der Vorgaben des Fachbereichs, des Prüfungsamts, der ULB ...
- gute Proportionen der Textfläche in der Seite
- sinnvoller und „aufgeräumter“ Umgang mit Abbildungen und Grafiken

## **Vorlagen, Briefbögen, Formulare**

- Kontrolle der „alten“ Vorlagen, die evtl. schon von Vorgängerinnen/Vorgängern übernommen wurden
- Abgleich mit den

## **Vorlagen im Downloadbereich:**

- Werden die richtigen Schriften verwendet?
- Wie wird das Logo dargestellt?
- Ausdrücke miteinander vergleichen: Haben sich vielleicht Fehler eingeschlichen?

# Farbe

## 44 Farbtöne der TU – Pantone, CMYK, RGB

- **Systematik durch Farbe**
  - Corporate Design, Wiedererkennbarkeit
  - Farbsysteme: Beispiele Sparkasse, Gardena, Olympische Spiele, Bundesregierung
- **Ausdruck von Farben**
  - inhaltliche Zuordnung, beispielsweise Fachbereichs-Zuordnung,
  - Frage: Welche Farbe „passt“ wann?
- **Farbwirkung**
  - Farbpsychologie, optische Regeln, Kontraste, etc.
  - Harmonisch mit Bildmaterial abstimmen

# Logos und Abbildungen

## Logos

- Wort-Bild-Marke der TU Darmstadt
- Zusatzlogos (Fachbereiche, Kooperationspartner, Partner-Unis, Ministerien)
- In richtigen Proportionen und Größenverhältnissen abbilden
- Corporate Design-Bestimmungen berücksichtigen (auch die anderer Institutionen)

## Bilder

- Umgang: Überlegung, an welcher Stelle ein Bild wichtig ist.
- Bildkonzept: Was soll das Bild aussagen, transportieren
- Repräsentativer Nutzen: Bildqualität lässt auf Absender/in schliessen
- Recherche:
  - Gibt es frei verfügbare Bilder am Fachbereich.
  - Ist es sinnvoll, die Bildredaktion (Stabsstelle Kommunikation und Medien) anzufragen?
  - Beauftragung von Fotografen/Fotografinnen
  - Bilderwerb bei Bildagenturen

# Logos und Abbildungen

## Verwendung

- Bildeinsatz nicht dem Zufall überlassen
- Bild-Aussage reduzieren – „Weniger ist mehr“
- Bild- und Text-Aussagen müssen zueinander passen

## Copyright

- Bildlizenzen
- Abbildung von Personen muss genehmigt sein (model release Vertrag, TU Darmstadt)
- Bildnachweis nicht vergessen!

mehr Info unter FAQ's

# Arbeitsgruppen: Drucksachen

- **Beispiele Drucksachen**
- **Feedback-Runde**  
Sammlung der Eindrücke zu Papiersorte, Format, Farbe, Falzung

# Planung und Umsetzung einer Publikation

- **Corporate Design-Handbuch**
- **Schriften-Download**
- **Vorlagen-Downloads**  
Vorlagen nutzen: z. Bsp. für Aushänge, PPTs, Briefe, Flyer, Unterlagen
- **Publikation planen** (Medium, Papierformate, Produktion, Versand, etc.)

# Konzeption und „Briefing“ ...

## **Inhaltliche Anforderungen**

- Aussage der Publikation
- Funktion der Publikation
- Zielgruppe, Empfänger/innen

## **Fragen klären**

- Thema der Publikation, Absenderklärung (Institut für XY, TU allgemein, etc.)  
nötige Adressen und Ansprechpartner
- Frage: Wer liefert Text/Inhalt und Bildmaterial
- Zeitrahmen klären
- grobe Budget-Planung: wer bezahlt, welche Beträge stehen zur Verfügung

## ... Umsetzung ...

### **Formale Anforderungen – Druck**

- Papierformat
- Seitenumfang
- Wahl des Papiers
- Papierstärke
- Budget – Fein-Abstimmung

### **Inhalt**

- Material sichten (Text, Fotografie, Abbildung)
- Texte prüfen / Übersetzung veranlassen, etc.
- Fotografie-Recherche (vorhanden, Fotoshooting nötig, etc.)
- Schaubilder, Grafiken (vorhanden, vereinheitlicht, „sauber“ dargestellt, etc.)
- Logos vorhanden / zu beschaffen; Qualität prüfen

## ... Produktion

### Realisation

- Zeitplan-Erstellung und -Weitergabe (z.Bsp. an Fotografen, Druckerei)
- Zeitrahmen für Druckerei
- Klärung: Entscheidungsprozesse
- Definition: Verantwortlichkeit
- Angebote einholen (Text, Fotografie, Grafik, Druck)
- Auftragsvergabe (Fotografie, Grafik, Druck)
- Klare Ordner-/Arbeits-Struktur (Texte, Bilder, Daten zur Freigabe/Druckerei etc.)

# Arbeitsbeispiel – Übung

**Einladungsflyer** (zum Beispiel: festlicher Alumni-Abend oder zu einer Fachtagung)

## **Vorlage anlegen**

- Vorgabe wegen Postversand: Format Lang-DIN (gefaltet auf 21 x 10 cm) (Word oder InDesign)
- Machen Sie sich eine Skizze: „wo kommt was hin?“
- Verwenden Sie ein Bild aus dem Auswahl-Ordner.
- Überlegen Sie, wie Sie das Bild sinnvoll zum Einsatz bringen.
- Verteilen, gliedern und formatieren Sie den Text.
- Achten Sie auf klare, schlichte Typografie und ausgewogene Größenunterschiede.
- Überprüfen Sie, ob alle Angaben an der richtigen Stelle zu finden sind.

## **Machen Sie einen Probe-Ausdruck**

- Schneiden und falten Sie die Karte so, wie sie später aussehen soll.
- Sind alle Texte gut lesbar?
- Stimmen Zeilenabstände und Schriftgrößen?
- Ist das Logo der TU gut zu erkennen und immer noch richtig positioniert?
- Ist das Text-Bild-Verhältnis der gesamten Einladung ausgewogen, interessant, spannend?
- Sind alle Absender-Angaben vorhanden?
- Ist die Rechtschreibung überprüft?

## **Druck der Karte**

- Sind noch Fragen offen? Druckverfahren, Auflage, Papier, Lieferdatum ... alles klar?
- Druckfähige Datei erzeugen
- Rücksprache mit Druckerei: Wie müssen die Daten angelegt sein (Einzelseiten fortlaufend, Doppelseiten, Beschnittmarken, Beschnittzugabe, etc.)

# Unsicherheiten, Fragen?



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

- Neuer Entwurf? Geplanter Flyer? Seltenes Dateiformat gesucht?
- Unsicher, ob eine Drucksache so publiziert werden kann /ob der Entwurf den CD-Vorgaben entspricht?
- **unter den FAQ's** auf der Webseite der Stabsstelle Kommunikation und Medien haben wir vielleicht schon die entsprechenden Antworten für Sie?
- ... ansonsten wenden Sie sich bitte an mich oder meine Kolleginnen und Kollegen.

# Webseiten / Online-Medien



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

- **Ansprechpartner:** Patrick Bal, Paul Glogowski
- **Erstellen der Webseite – Info vom Webteam**
- **Vertiefungsworkshops für First Spirit:** Bitte direkt an das WEB-Team wenden
- **E-Mail-Signatur:** Hier gibt es keine strikten Vorgaben, allerdings empfehlen wir, zumindest innerhalb der Fachbereiche oder Arbeitsgruppen eine einheitliche Sprachregelung festzulegen.
- **Infos für den Infoscreen im karo 5 / teils auch ULB:**  
keine kurzfristigen Veranstaltungen/Tagesveranstaltungen, eher langfristige Infos wie z. Bsp. Einrichtung eines neuen Forschungsclusters, etc.

# Downloads, Hilfe, Quellen



TECHNISCHE  
UNIVERSITÄT  
DARMSTADT

... und immer auf dem Laufenden bleiben ...

- Vielleicht die **Webseite der TU Darmstadt** als Startseite einrichten?
- **Publikationen lesen :-)**  
hoch<sup>3</sup> oder hoch<sup>3</sup> FORSCHEN, etc.
- **Newsletter abonnieren**  
[http://www.tu-darmstadt.de/vorbeischauen/news\\_rss/index.de.jsp](http://www.tu-darmstadt.de/vorbeischauen/news_rss/index.de.jsp)

# Corporate Design-Handbuch, Vorlagen-Download und Infos zu Webseiten

## **Angebote auf den Webseiten der TU Darmstadt:**

- **Corporate Design der TU Darmstadt – eine Anleitung**

[http://www.tu-darmstadt.de/kommunikation\\_und\\_medien/corporate\\_design\\_1/index.de.jsp](http://www.tu-darmstadt.de/kommunikation_und_medien/corporate_design_1/index.de.jsp)

- **Corporate Design: Schriften und Vorlagen**

[https://www.tu-darmstadt.de/kommunikation\\_und\\_medien/corporate\\_design\\_1/schriften\\_und\\_vorlagen/index.de.jsp](https://www.tu-darmstadt.de/kommunikation_und_medien/corporate_design_1/schriften_und_vorlagen/index.de.jsp)

- **Erstellen der Webseite:**

[http://www.webteam.tu-darmstadt.de/infos\\_red/hilfe/index.de.jsp](http://www.webteam.tu-darmstadt.de/infos_red/hilfe/index.de.jsp)

## **Bald verfügbar: Downloads für Vorlagen in Libre/Open Office und LaTeX**

# Wissenschaftliche Arbeiten: Vorlagen-Downloads: LaTeX

## Angebote auf den Webseiten der TU Darmstadt:

- **OWL – SchreibCenter (unter Downloads):**

[http://www.owl.tu-darmstadt.de/wissenschaftliches\\_schreiben\\_fuer\\_maschinenbau\\_studierende/ueber\\_uns\\_2/WissenschaftlSchreibenfuerMaschinenbaustudierende.de.jsp](http://www.owl.tu-darmstadt.de/wissenschaftliches_schreiben_fuer_maschinenbau_studierende/ueber_uns_2/WissenschaftlSchreibenfuerMaschinenbaustudierende.de.jsp)

- **Institut für Festkörperphysik, (C. v. Loewenich, J. Werner):**

<http://exp1.fkp.physik.tu-darmstadt.de/tuddesign/>

- **Institut für Elektromechanische Konstruktionen; EMK; LaTeX-Vorlagen:**

<http://www.emk.tu-darmstadt.de/en/institute/study/service-download/download/#c3542>

# Sprache / Übersetzung

- **Wörterbuch der TU (deutsch-englische Übersetzungen)**

[http://www.tu-darmstadt.de/kommunikation\\_und\\_medien/corporate\\_design\\_1/tu\\_sprache/index.de.jsp](http://www.tu-darmstadt.de/kommunikation_und_medien/corporate_design_1/tu_sprache/index.de.jsp)

- **Sprachregelungen „Gender“:**

- wird dem Senat von der Frauenbeauftragten vorgelegt – ist also in Arbeit
- Hilfe / Beispiele auf der Webseite der Universität Bamberg:

<https://www.uni-bamberg.de/frauenbeauftragte/gender-diversity/sprachregelungen/>

# Typografische Grundbegriffe

**Viele Erklärungen zu typografischen Grundbegriffen, Regeln und Umsetzungsfragen:**

- **Typolexikon – alle Grundbegriffe der Typografie:**

<http://www.typolexikon.de/layout/>

- **Forum, innerhalb dessen viele Grafik-Fragen beantwortet werden:**

<http://www.mediengestalter.info/>

- **Im Zweifel auch die klassische Suchmaschinen-Hilfe**

# Literatur

## **Colour Mania**

Victor Cheung

viction:workshop ltd.

ISBN 978-988-17328-1-1

## **Druckgrafik - Geschichte und Fachbegriffe**

Ernst Rebel

Reclam Sachbuch

ISBN 978-3-15-018649-7

## **Formulare gestalten**

Borries Schwesinger

Verlag Hermann Schmidt

ISBN 978-3-87439-708-748543-5

## **Lesetypografie**

Hans Peter Willberg, Friedrich Forssman

Verlag Hermann Schmidt

ISBN 978-3-87439-652-3

## **Stop Stealing Sheep & find out how type works**

Erik Spiekermann, E.M. Ginger

ISBN 0-672-48543-5

## **Surprise Me**

Horst Moser

Verlag Hermann Schmidt

ISBN 978-3-87439-761-2

## **Typen und Typografen**

Manfred Klein, Yvonne Schwemer-Scheddin, Erik Spiekermann

Edition Stemmler

ISBN 3-7231-0419-3

## **Typo-Praxis**

Martina Nohl, Simone Forster

ISBN 978-3-88013-680-9

## **Ursache & Wirkung: ein typografischer Roman**

Erik Spiekermann

ISBN 3-9800722-0-7

---

**besten Dank**  
*für Ihre*  
*Aufmerksamkeit*  
und ...

---



*fröhliche*  
*Weihnachten und*  
ein glückliches  
Jahr 2016

